

BILAN ECONOMIQUE

1^{er} semestre 2012

Intervenants :

Jean-Pierre Mocho, Président de la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin

François-Marie Grau, Secrétaire Général de la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin

Le 12 septembre 2012

BILAN ECONOMIQUE

PREAMBULE

- Volonté de présenter un bilan au plus juste, désormais **2 fois par an**.
- Bilan du 1er semestre 2012, avec l'ensemble des données recueillies qui permet d'avoir une vision globale sur l'année.

BILAN ECONOMIQUE

➤ 3 POINTS CLES A RETENIR

- Parité monétaire
- Poursuite de la progression des ventes sur internet
- Remise en cause des soldes flottants

BILAN ECONOMIQUE

- CONJONCTURE FRANCAISE : CONTEXTE GENERAL :
 - Morosité de l'environnement économique
 - France : Croissance nulle au 2ème trimestre,
 - 0,2% de la consommation des ménages,
 - 1% pouvoir d'achat,
 - Prévisions de croissance à la baisse : 2011 ->1,7% et 2012-> 0,8%



BILAN ECONOMIQUE

- L'EUROPE N'EST PAS EPARGNEE :
 - Italie: - 0,7% au 2ème trimestre
 - Espagne : - 0,4%
 - Royaume-Uni : croissance nulle en 2012
 - Allemagne : - 0,9% pour la production industrielle

BILAN ECONOMIQUE

➤ LE PAP FEMININ : UN SECTEUR TRES SENSIBLE A LA CONJONCTURE

- - **3,7%** : recul en valeur de la consommation d'habillement au 1er semestre 2012
- Recul en valeur de la consommation de PAP féminin : **-5,8%**, (homme : -2,5%, enfant : - 2%)

BILAN ECONOMIQUE

➤ LES ACCESSOIRES* SE MAINTIENNENT :

- CA accessoires + **5,5%** en valeur,
- - **1%** pour le CA de la chaussure



**: Les accessoires de mode regroupent la maroquinerie (ceintures, sacs petite maroquinerie ...), et les autres accessoires (écharpes, gants, bonnets, chapeaux, foulards, casquettes ...)*

BILAN ECONOMIQUE

- PLUSIEURS RAISONS A CE RECUL :
 - Une météo capricieuse : alternance de vagues de froid et de chaud qui ont perturbé l'activité commerciale (Avril : -21,2% par rapport à 2011)
 - Des arbitrages défavorables à l'habillement en raison des dépenses contraintes

BILAN ECONOMIQUE

- Les élections présidentielles
- Coût des matières premières toujours à un niveau élevé, et tension sur les prix des approvisionnements. Exemple avec le coton : production en recul de 6% en 2012/2013



BILAN ECONOMIQUE

- UNE DOUBLE STRATEGIE POUR LES CONSOMMATRICES :
 - Réduire les achats en volume et traquer les prix barrés
 - La part des achats en soldes et promotions
PAPF : **39,7%** contre 36,7% au 1er semestre 2011

BILAN ECONOMIQUE

SOLDES ET PROMOTIONS DE PRET-A-PORTER FEMININ, FEMMES DE 13 ANS ET PLUS						
(EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL)						
	2008	2009	2010	2011	1ER SEM 2011	1ER SEM 2012
PIECES DE DESSUS	33,1%	33,3%	33,9%	32,3%	36,3%	39,3%
PETITES PIECES DE DESSUS	32,1%	33,4%	33,1%	36,6%	37,5%	40,3%
TOTAL PRÊT-A-PORTER FEMININ	32,7%	33,3%	33,6%	34,0%	36,7%	39,7%

BILAN ECONOMIQUE



Pyrus

- **-10,7%** : nombre d'articles achetés PAPF au cours du 1er semestre 2012
- La part des soldes et promotions a représenté **au minimum 23,2%** du CA mensuel

BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS, IMPORTATIONS :

COMMERCE EXTERIEUR DU PRÊT-A-PORTER FEMININ				
	EXPORTATIONS		IMPORTATIONS	
LATENDANCE AU 1ER SEMESTRE 2012	Valeur en millions d'euros	Variation par rapport au 1er semestre de l'année n-1 en %	Valeur en millions d'euros	Variation par rapport au 1er semestre de l'année n-1 en %
1er SEMESTRE 2011	1 273,7	-	2 270,3	-
1er SEMESTRE 2012	1 304,5	+2,4%	2 075,0	-8,6%
SOURCE DOUANES FRANCAISES				

BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS :

- Le grand export, véritable relais de croissance des entreprises françaises
- Montant des exportations françaises de PAPF: près de 1,3 milliards d'euros, **+ 2,4% en valeur**

BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS :

PRÊT A PORTER FEMININ - PRINCIPAUX PAYS CLIENTS DE LA FRANCE EN VALEUR					
	EXPORTATIONS EN MILLIONS D'EUROS		VARIATION EN %	PART DANS LE TOTAL DES EXPORTATIONS EN %	
PAYS	1ER SEM 2011	1ER SEM 2012	1ER SEM 2012/1ER SEM 2011	1ER SEM 2011	1ER SEM 2012
ETATS-UNIS	81,4	120,2	+47,5%	6,4%	9,2%
ITALIE	138,4	117,4	- 15,2%	10,9%	9,0%
ESPAGNE	126,9	107,5	- 15,2%	10,0%	8,2%
ALLEMAGNE	110,3	97,2	- 11,9%	8,7%	7,4%
BELGIQUE	100,2	86,9	- 13,3%	7,9%	6,7%
ROYAUME-UNI	79,3	84,4	+6,5%	6,2%	6,5%
JAPON	63,7	84,0	+31,9%	5,0%	6,4%
HONG-KONG	47,8	71,9	+50,4%	3,8%	5,5%
RUSSIE	41,5	51,7	+24,4%	3,3%	4,0%
SUISSE	54,6	50,3	- 7,7%	4,3%	3,9%
SOURCE DOUANES FRANCAISES					

BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS :

- Bon 1^{er} semestre pour les exportations grâce au grand export, notamment aux continents américain et asiatique :
- EU : + 47,5%, Japon : + 31,9%, Hong Kong : + 50,4%,
Russie : + 24,4%, Chine : + 68,8%
- Etats-Unis : 1er client de la France
 - La baisse de l'euro face au dollar
 - Le succès de la *French Touch*
 - Une légère reprise de la consommation aux Etats-Unis



BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS :

- L'Europe toujours difficile :

-> principal débouché (48,9% des montants exportés) : Union Européenne à 27

MAIS sa part relative n'est plus majoritaire au profit du grand export.

5 pays membres de l'UE sont dans le top 10 des pays clients de la France : Italie, Espagne, Allemagne, Belgique, Royaume-Uni

BILAN ECONOMIQUE

➤ EXPORTATIONS :

- - 15% pour l'Espagne et l'Italie, - 11,9% pour l'Allemagne, - 13,3% pour la Belgique.
- Seule note positive : **les exportations en direction du Royaume-Uni ont augmenté de 6,5%** (baisse de l'Euro face à la Livre Sterling)

BILAN ECONOMIQUE

➤ IMPORTATIONS :

PRÊT A PORTER FEMININ - PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS DE LA FRANCE EN VALEUR

	IMPORTATIONS EN MILLIONS D'EUROS		VARIATION EN %	PART DANS LE TOTAL DES IMPORTATIONS EN %	
PAYS	1ER SEMESTRE 2011	1ER SEMESTRE 2012	1ER SEM 2012/1ER SEM 2011	1ER SEMESTRE 2011	1ER SEMESTRE 2012
CHINE	800,5	735,5	-8,1%	35,3%	35,4%
INDE	228,2	182,9	-19,8%	10,1%	8,8%
ITALIE	181,1	171,6	-5,3%	8,0%	8,3%
MAROC	177,1	160,6	-9,3%	7,8%	7,7%
TURQUIE	119,3	113,6	-4,8%	5,3%	5,5%
TUNISIE	128,6	111,5	-13,3%	5,7%	5,4%
BANGLADESH	83,8	87,6	+4,5%	3,7%	4,2%
ALLEMAGNE	48,1	44,6	-7,3%	2,1%	2,1%
ROUMANIE	35,3	36,6	+3,5%	1,6%	1,8%
PORTUGAL	50,9	36,5	-28,3%	2,2%	1,8%
SOURCE DOUANES FRANCAISES					

BILAN ECONOMIQUE

➤ IMPORTATIONS :

- - **8,6%** au cours du 1er semestre 2012
- Asie : 54,7% des montants importés, + 0,5 point
- ->1 : la Chine :
 - > **35,4% des sommes importées,**
+ 0,1% en part relative mais
- 8,1% en valeur

BILAN ECONOMIQUE

➤ IMPORTATIONS :

- Tous les pays sont en recul. Les plus forts reculs : Inde -> **-19,8%**, Portugal-> **-28,3%** ...
- Seuls le Bangladesh (+ 4,9%) et la Roumanie (+ 3,5%) sont en augmentation :
- Roumanie : redémarrage après plusieurs années de recul, alternative au sourcing de proximité (conséquences des révolutions arabes),
- Bangladesh : alternative au sourcing chinois, bon marché

BILAN ECONOMIQUE

➤ BILAN DES SOLDES :

- Soldes d'été (27/06 au 31/07) : + 4% pour la 1ère quinzaine par rapport à l'année dernière, hors vente à distance et e-commerce (- 6% pour la 1ère quinzaine en 2011)
- Le démarrage tardif des soldes d'été (27 juin) a contribué au recul des ventes du mois de juin (- 2,7% en valeur) et favorisé juillet + 2,7%



BILAN ECONOMIQUE

➤ BILAN DES SOLDES :

- Soldes d'hiver (11/01 au 14/02) : + 0,4% par rapport à 2011
- Soldes flottants : Etude CREDOC/IFM



BILAN ECONOMIQUE

- LES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION :
 - Bonne résistance des circuits généralistes (grands magasins, magasins populaires, VAD)
 - TOP 5 sur le marché :
 1. les chaînes spécialisées,
 2. les multimarques,
 3. la GSS grande diffusion,
 4. la VAD,
 5. Les autres circuits de distribution

BILAN ECONOMIQUE

- LES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION :
 - Chaînes spécialisées : 33,8%, - 0,4 point
 - Multimarques : 20,4% des sommes dépensées, - 0,3 point
 - GSS grande diffusion : 10,3%, - 0,3 point
 - VAD : 9,6% des sommes dépensées, + 0,1 point
 - Les autres circuits de distribution (pure-players, vente à domicile, magasins d'usine, ...) poussent leurs pions : 6,5% des sommes dépensées, + 1,4 point

BILAN ECONOMIQUE

➤ LES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION :

- Les pure-players (vente-privée.com, Yoox, Zalando ...) représentent 2,4% du marché du PAPF en valeur
- Grands Magasins : 5,2% des sommes dépensées, - 0,1 point
- Magasins de sport : 5% des sommes dépensées, + 0,1 point

BILAN ECONOMIQUE

- LES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION
- Grandes enseignes alimentaires : 5,9% des sommes dépensées, - 0,3 point
- Magasins populaires : 1,6% des sommes dépensées, + 0,1 point

BILAN ECONOMIQUE

PRÊT A PORTER FEMMES : DEPENSES PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION ET PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS EN VALEUR		
	PARTS DE MARCHÉ	
	EN % DES SOMMES DEPENSEES	
	1ER SEM 2011	1ER SEM 2012
GRANDS MAGASINS	5,3%	5,2%
MAGASINS POPULAIRES	1,5%	1,6%
MAGASINS INDEPENDANTS	20,6%	20,4%
GSS GRANDE DIFFUSION	10,6%	10,3%
CHAINES SPECIALISEES*	34,1%	33,8%
MAGASINS DE SPORT	4,9%	5,0%
SUPERS ET HYPERMARCHES	6,2%	5,9%
VENTE A DISTANCE	9,4%	9,6%
MARCHES ET FOIRES	2,2%	1,7%
AUTRES CIRCUITS	5,1%	6,5%
TOTAL	100,0%	100,0%
* Les enseignes Zara et H&M sont regroupées dans les chaînes spécialisées		

BILAN ECONOMIQUE

- LA CONSOMMATION PAR SEGMENT DE MARCHÉ :
 - Des volumes globalement en baisse sauf sur certains produits qui tirent leur épingle du jeu : pull-overs/gilets, sweat-shirts, parkas, robes ...



- **4,9 milliards d'euros** -> montant accordé par les Françaises de 13 ans et + à leurs achats de PAP (12,9 milliards d'euros pour l'ensemble de l'habillement)

BILAN ECONOMIQUE

- Soit **176 euros** : budget moyen d'une femme âgée de 13 ans et + (enfant : 119,8 euros, homme 13 ans et + : 148,8 euros)
- Globalement : - 5,3% en valeur en pièces du dessus*, - 6,8% en petites pièces du dessus*

** (pièces du dessus : manteaux, pantalons, robes, jupes ..., petites pièces du dessus : T-shirts, chemises, gilets ...)*



Agathe St Bel

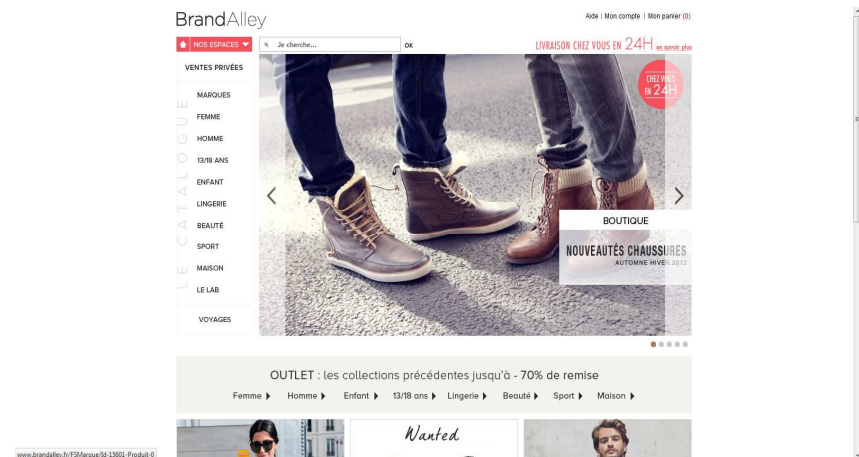
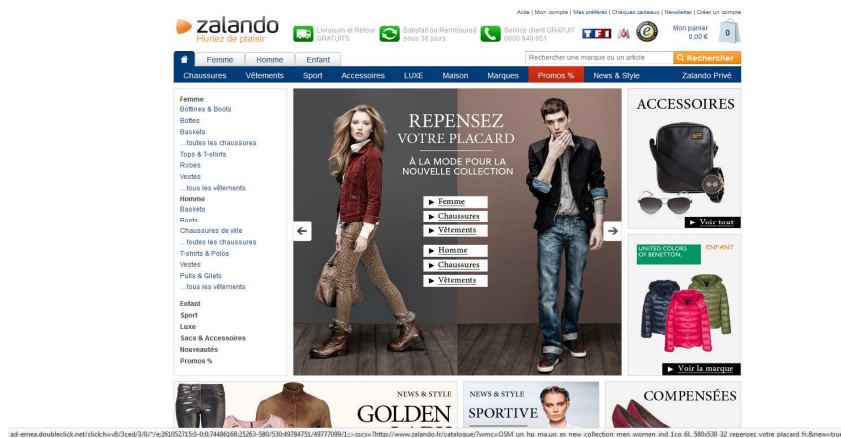
BILAN ECONOMIQUE

➤ INTERNET :

- 11,4%, c'est la part des dépenses de PAPF réalisées sur la toile par les Françaises
- Les achats en ligne de PAPF dynamiques : +de 15% des dépenses au 1er semestre 2012
- Les pure-players (vente-privée.com, Yoox, Zalando ...) représentent 2,4% du marché du PAPF en valeur

BILAN ECONOMIQUE

- INTERNET :
- Les femmes de 25-44 ans sont leaders
- Au total, les ventes sur internet représentent 10,8% des dépenses d'habillement des Français, +18% sur un an (2011/2012)



BILAN ECONOMIQUE

- CONCLUSION ET PERSPECTIVES :
 - La French Touch : un concept fort qui s'exporte
 - Le grand export : accompagner les entreprises, développer les synergies à l'international
 - Donner envie de consommer par la désirabilité des produits proposés, par la diversité des canaux de distribution, par une offre de services étoffée

BILAN ECONOMIQUE

- RAPPEL DES PROCHAINS RENDEZ-VOUS :
 - Programme de formation pour les jeunes entrepreneurs de mode : *Mode d'Emploi*
 - Table ronde sur les Tendances de Mode
 - Séminaire BRICS
 - Mission de prospection en Chine
 - Salon CHIC Pékin

BILAN ECONOMIQUE

➤ CONTACT :

Constance DUBOIS

cdubois@pretaporter.com

Tél. 06 33 83 86 83

www.pretaporter.com